

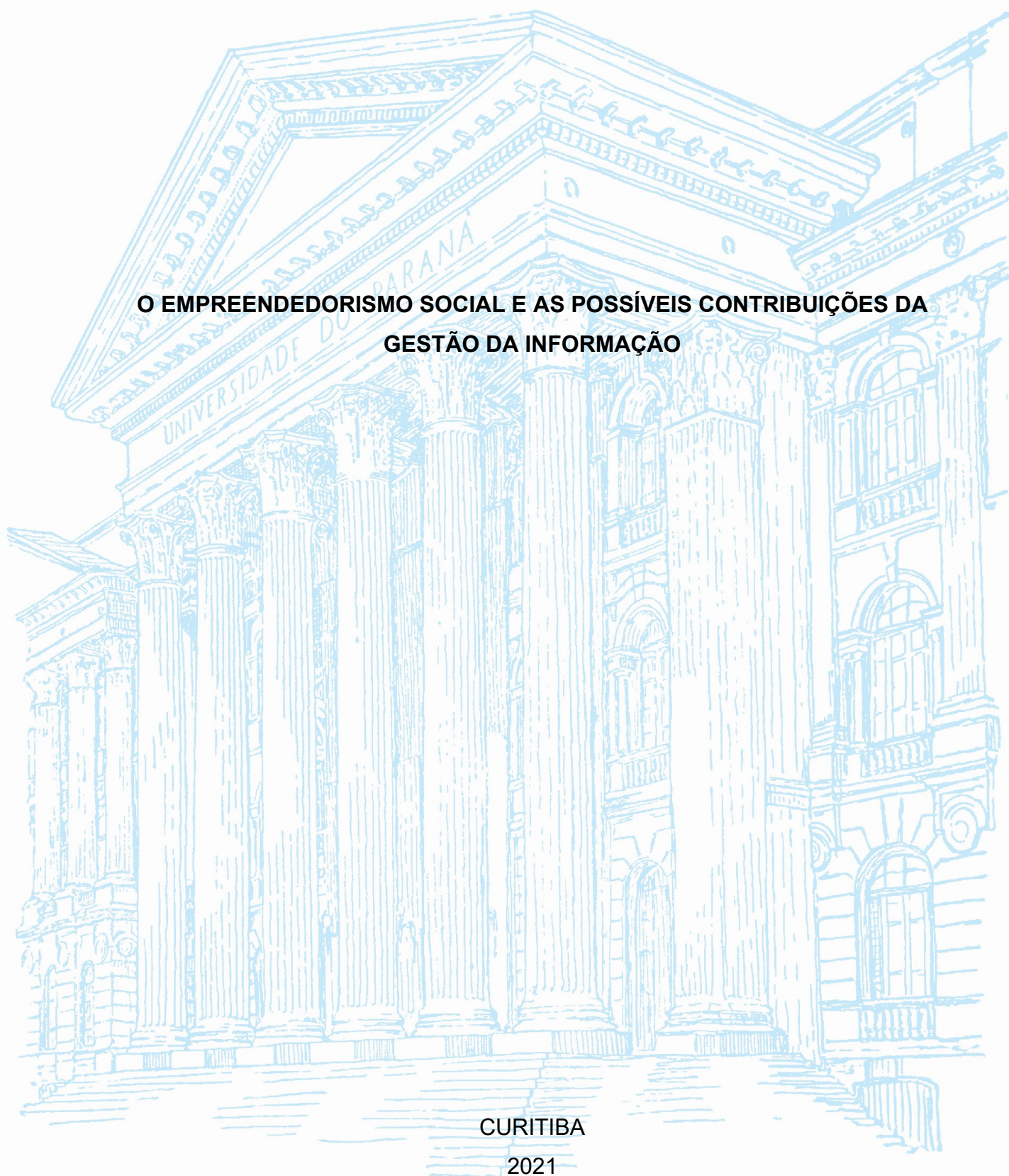
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SUHELEN CRISTINA OLIVEIRA DE SOUZA

**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA
GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

CURITIBA

2021



SUHELEN CRISTINA OLIVEIRA DE SOUZA

**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA
GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Gestão da Informação, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Orientador: Prof. Dr. José Marcelo Almeida Prado Cestari

CURITIBA

2021

TERMO DE APROVAÇÃO

SUHELEN CRISTINA OLIVEIRA DE SOUZA

O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao curso de Graduação em Gestão da Informação, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Prof. Dr. José Marcelo Almeida Prado Cestari

Orientador – Departamento de Ciência e Gestão da Informação, UFPR

Profa. Dra. Taiane Ritta Coelho

Departamento de Ciência e Gestão da Informação, UFPR

Prof. Dr. Marcos Antônio Tedeschi

Departamento de Ciência e Gestão da Informação, UFPR

Cidade, 08 de abril de 2021.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Valdecir e Vanessa, por todas as vezes que abriram mão de objetivos próprios ou investiram esforços para me dar acesso a oportunidades que não tiveram. Obrigada pelos cafés da manhã em família antes das aulas, caronas para a universidade, orações e por me impulsionarem a ser alguém sempre melhor.

À família Oliveira. Vô Luiz, vó Roseli e tia Keren, obrigada por serem meus intercessores, apoiadores, cuidarem e torcerem sempre por mim. Vocês são parte essencial de todas as minhas conquistas.

À família Souza, pelos almoços de família, conversas boas e pelo exemplo de humildade, leveza e dedicação.

Aos amigos que fiz na JR Consultoria – UFPR: Lais Parro, Daiana Mawanyen, Gabriel Lopes, Guilherme Zanotto, Luan Geffer, Rute Oliveira e Larissa Marlageon. Obrigada por me inspirarem a colocar meus sonhos em prática.

Aos amigos de curso: Daniela Romasko, Mariana Lobo, Matheus Meltior, Allan Kotovei, Juliano Luiz, Caue Rosa, Matheus Tavares e Matheus Coimbra. Obrigada pelos aprendizados e por serem sempre boa companhia.

À Lenine Garmus pela amizade e almoços no RU que tornaram meus dias de graduação mais felizes. À Letícia Abreu pelo cuidado e por sempre me lembrar que a vida não é feita só de vida profissional.

À professora Vera pela orientação no primeiro projeto de TCC, à professora Taiane pela orientação no Estágio Obrigatório onde estive imersa no ambiente do terceiro setor e pude aproveitar a oportunidade de aprender muito com seus conselhos, e ao professor Cestari pelos direcionamentos, persistência e palavras de motivação durante os meus últimos momentos na graduação.

RESUMO

O trabalho tem como objetivo identificar as possíveis contribuições da Gestão da Informação para a área do Empreendedorismo Social de acordo com suas necessidades. Primeiramente, realizou-se a revisão de literatura dos termos empreendedorismo social e gestão da informação. Por meio de entrevistas semiestruturadas como instrumento de coleta de dados foram levantados quais são as necessidades dos empreendimentos sociais a partir da perspectiva de profissionais de gestão da informação que atuam em áreas relacionadas ao empreendedorismo social em Curitiba-PR. Os gestores da informação podem contribuir com o desenvolvimento dos empreendimentos sociais em gestão, gestão financeira, de projetos, documentos e conhecimento, a partir de suas habilidades, conhecimentos e ferramentas, conforme perspectiva dos entrevistados. Entende-se que o gestor da informação pode solucionar problemas de informação, realizar melhorias em processos, gerenciar a tecnologia de informação e apoiar o processo de desenvolvimento de produtos e serviços de informação que atendam as necessidades do empreendedorismo social. O estudo contribui com a atribuição de responsabilidade ao gestor da informação ao posicioná-lo como um agente de transformação social por meio da administração estratégica dos recursos informacionais para suporte às organizações e maximização do impacto social.

Palavras-chave: Gestão da Informação. Empreendedorismo social. Negócio social.

ABSTRACT

The research aims to identify the possible contributions of Information Management to the area of Social Entrepreneurship according to its needs. First, a literature review of the terms social entrepreneurship and information management was carried out. Through semi-structured disclosures as a data collection instrument, the needs of social enterprises were raised from the perspective of information management professionals working in areas related to social entrepreneurship in Curitiba-PR. Information managers can contribute to the development of social enterprises in management, financial management, projects, documents and knowledge, based on their skills, knowledge and tools, according to the interviewees' perspective. It is understood that the information manager can solve information problems, achieve improvements in processes, manage information technology and support the process of developing information products and services that meet the need of social entrepreneurship. The study contributes to the responsibility of the information manager by positioning him as an agent of social transformation through the strategic management of information resources to support organizations and maximize social impact.

Keywords: Information management. Social entrepreneurship. Social business.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - MOTIVAÇÕES DE EMPREENDEDORES INICIAIS PARA ABRIR UM NEGÓCIO	13
FIGURA 2 - MOTIVAÇÃO PRINCIPAL PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO.....	13
FIGURA 3 - DIFERENÇA ENTRE NEGÓCIO SOCIAL E ONG	25
FIGURA 4 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE MCGEE E PRUSAK...	29
FIGURA 5 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE DAVENPORT	29
FIGURA 6 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE CHOO	30
FIGURA 7 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE BEAL	30
FIGURA 8 - GESTÃO A PARTIR DA PERSPECTIVA DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO.....	41
FIGURA 9 - CATEGORIAS DE CONHECIMENTOS	44
FIGURA 10 - CAPACIDADES DO GESTOR DA INFORMAÇÃO	48

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - RESULTADO GERAL DAS BUSCAS NAS BASES DE DADOS.....	17
QUADRO 2 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL - VISÃO INTERNACIONAL	21
QUADRO 3 - EMPREENDEDORISMO PRIVADO X EMPREENDEDORISMO SOCIAL	23
QUADRO 4 - DEFINIÇÃO DE DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO	26
QUADRO 5 - DADO, INFORMAÇÃO E TIPOS DE CONHECIMENTO	27
QUADRO 6 - DEFINIÇÕES DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO.....	28
QUADRO 7 - EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS DOS ENTREVISTADOS	31
QUADRO 8 - NECESSIDADES DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL	34
QUADRO 9 - DETALHAMENTO DE NECESSIDADES DAS ORGANIZAÇÕES	40
QUADRO 10 - CAPACIDADES DO GESTOR DA INFORMAÇÃO E NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SOCIAIS	43

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

ASID	Ação Social para Igualdade das Diferenças
BRAPCI	Base de Dados em Ciência da Informação
CAPES	Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCSE	<i>Canadian Center Social Entrepreneurship</i>
COVID 19	Coronavírus 2019
ENAP	Escola Nacional de Administração Pública
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GI	Gestão da Informação
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
ISE	<i>The Institute Social Entrepreneurs</i>
ONG	Organização Não-Governamental
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
SciELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SSE	<i>School Social Entrepreneurship</i>
UFPR	Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 JUSTIFICATIVA	13
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo geral	16
1.2.2 Objetivos específicos.....	16
1.3 METODOLOGIA.....	17
1.3.1 Levantamento de literatura.....	17
1.3.2 Instrumento de coleta de dados	18
1.3.3 Análise de dados	18
2 REVISÃO DE LITERATURA	19
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	19
2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL	21
2.3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO	26
3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	31
3.1 O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS	32
3.1.1 A questão do lucro	32
3.2 A CARREIRA DOS ENTREVISTADOS.....	33
3.3 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS ...	33
3.4 O GESTOR DA INFORMAÇÃO PODE DAR SUPORTE EM QUAIS NECESSIDADES DOS EMPREENDIMENTOS SOCIAIS?.....	34
3.4.1 Gestão.....	35
3.4.2 Gestão financeira	36
3.4.3 Gestão de documentos	37
3.4.4 Gestão do conhecimento.....	38
3.4.5 Profissionalização	38
3.5 O PAPEL DO GESTOR NA INFORMAÇÃO NO ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO EM CURITIBA.....	39
3.5.1 O papel da universidade.....	39
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5.1 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	48

REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DA ENTREVISTA.....	54

1 INTRODUÇÃO

Durante a pandemia do coronavírus (COVID-19) mudanças em aspectos operacionais, gerenciais ou estratégicos e debates a respeito de problemas sociais fizeram parte da rotina das organizações. A capacidade do sistema de saúde, os desafios na economia, a transformação digital nos negócios, o aumento das denúncias de violência contra a mulher e a adaptação geral ao ensino *on-line* fazem parte dos temas amplamente discutidos.

Devido às adequações impostas pela pandemia em processos organizacionais, transição de modelos de gestão e o emprego de sistemas de comunicação para operação à distância, o fluxo de informação *on-line* e a gestão da informação assumiram um papel de destaque no dia a dia de gestores e colaboradores. O ambiente físico, por muito tempo sinônimo de controle, deu lugar ao ambiente *on-line* ou híbrido, iniciando e acelerando um processo de transformação digital.

Neste quadro inesperado, o desafio dos gestores tornou-se não apenas entregar resultados, mas também desenvolver ações voltadas para a geração de valor e impacto positivo na realidade de stakeholders imersos em um contexto de caos. De repente, empreendedores e gestores assumiram papéis de transformadores sociais, assim como os empreendedores sociais. Os empreendimentos sociais posicionam-se como apoio paralelo aos esforços do governo em áreas como saúde, combate à violência, educação, economia e desenvolvimento humano, sem deixar de lado o capitalismo contemporâneo e até mesmo o lucro.

Neste contexto de combate ao coronavírus e discussões a respeito de problemas sociais vale abordar o empreendedorismo social e seu objetivo de solucionar problemas comunitários. A partir do pressuposto de que a gestão eficiente dos recursos, incluindo os informacionais, potencializa o impacto destas organizações e afeta diretamente a realidade social brasileira, percebe-se a necessidade de relacionar a gestão da informação e o empreendedorismo social para posicionar o gestor da informação como um agente de impacto social. Por esta perspectiva, é estabelecida como questão de pesquisa: “Quais são as possíveis contribuições da Gestão da Informação para o empreendedorismo social?”.

1.1 JUSTIFICATIVA

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) são responsáveis pela realização do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) Brasil, pesquisa de âmbito global que coleta dados sobre empreendedorismo com pessoas adultas entre 18 e 64 anos. De acordo com o Relatório Executivo 2019, quase 90% dos respondentes concordaram total ou parcialmente que seus empreendimentos iniciais foram motivados por “ganhar a vida porque os empregos são escassos” e pouco mais da metade afirmaram que “fazer a diferença no mundo” está entre um dos seus motivos para empreender (GEM Brasil, 2019). Neste caso, o empreendedor pôde optar por mais de uma resposta (FIGURA 1).

FIGURA 1 - MOTIVAÇÕES DE EMPREENDEDORES INICIAIS PARA ABRIR UM NEGÓCIO

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

FONTE: GEM Brasil 2019.

Para possibilitar a análise dos fatores individualmente em uma questão de apenas uma afirmação possível, nota-se que 26,2% dos empreendedores iniciais foram motivados pela escassez de empregos (FIGURA 2). Percebe-se que o brasileiro empreende motivado na maior parte dos casos pelo contexto de escassez onde está inserido.

FIGURA 2 - MOTIVAÇÃO PRINCIPAL PARA INICIAR UM NOVO NEGÓCIO

Motivação	% dos empreendedores iniciais
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	26,2
Para fazer diferença no mundo	1,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	1,0
Para continuar uma tradição familiar	0,4
Mais do que uma motivação	70,8
Total	100,0

FONTE: GEM Brasil 2019.

Motivado pela escassez o cidadão brasileiro é impulsionado a gerar novas oportunidades e agir como um protagonista dentro do mercado e na sociedade. Desta forma, o cidadão passa a desenvolver suas capacidades e impactar a economia, o mercado e não apenas a sua realidade, mas também de clientes e parceiros.

Ao observar o comportamento empreendedor na cidade de Curitiba, nota-se que nos anos de 2016, 2017 e 2020 Curitiba assumiu respectivamente a 15^a, 4^a e 11^a posição no Índice de Cidades Empreendedoras da Endeavor Brasil, organização mundial sem fins lucrativos que apoia o empreendedorismo de alto impacto. O índice analisa e ranqueia em parceria com a ENAP (Escola Nacional de Administração Pública), entidade vinculada ao Ministério da Economia do Brasil, as cem cidades mais populosas do país em sete dimensões: ambiente regulatório, infraestrutura, mercado, acesso a capital, inovação, capital humano e cultura empreendedora. O objetivo é entender quais cidades oferecem as melhores condições para empreender no Brasil.

Ao compreender o potencial empreendedor da cidade, a Prefeitura de Curitiba por meio da ação da Agência Curitiba de Desenvolvimento S/A, criou o Vale do Pinhão com o objetivo de fortalecer a inovação, o empreendedorismo, a economia criativa e a tecnologia. A Agência também conta com sete programas de apoio ao empreendedorismo com capacitações, espaço de trabalho e assessorias gratuitas. O Worktiba, primeiro *coworking* público do país que hoje conta com três sedes, Barigui, Cine Passeio e Boqueirão, também inclui no edital de seleção como público da seleção os empreendimentos sociais.

Tendo em vista a economia, entende-se a relevância da relação entre recursos aplicados e impacto gerado no contexto social. Portanto, a redução de custos e otimização de recursos é uma análise essencial tendo em vista a sustentabilidade financeira dos empreendimentos sociais e aumento do impacto gerado. A administração dos recursos inclui os recursos informacionais e sua contribuição para a redução de custos.

Curitiba também é sede de diversas organizações sociais renomadas nacionalmente como o Hospital Pequeno Príncipe, a ASID (Ação Social para Igualdade das Diferenças) e o Instituto Legado, sede do Legado SocialWorking, *coworking* para pessoas conectadas à causa social.

Além de ser uma cidade que apoia o empreendedorismo, Curitiba também é sede da Universidade Federal do Paraná onde o curso de graduação em Gestão da Informação está inserido, assim como o mestrado e doutorado em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação. Sendo assim, entende-se haver uma oportunidade para aplicação dos conhecimentos do gestor da informação para impulsionar o desempenho de empreendimentos sociais em prol da sociedade curitibana e brasileira.

A aplicação do conhecimento do gestor da informação abre espaço para outros estudos científicos em negócios contemporâneos e tecnológicos atrelados ao empreendedorismo social. A aplicação do conhecimento acadêmico na realidade organizacional, oportuniza a geração de insumos para o desenvolvimento de inteligência organizacional, contribuindo indiretamente para o avanço econômico da cidade e do país.

Entre os estudos já realizados na Universidade Federal do Paraná, em buscas no acervo da Graduação em Gestão da Informação, ao buscar pelo termo “Gestão da Informação” com filtro 2010-2020, por considerá-lo um intervalo adequado para recuperar os trabalhos mais recentes, foram recuperados 242 trabalhos de conclusão de curso. Porém a busca não retornou resultados ao usar o descritor “empreendedorismo social” ou “negócio social”. A busca por “negócios sociais” retornou o trabalho do aluno Cleyton Guerino Dall’ Agnol da Cruz intitulado como “Relações entre a Gestão da Informação e o Business Model Canvas” em 2015, ao filtrar pelo título, porém o termo é citado apenas uma vez durante o trabalho dentro do contexto de resposta de um entrevistado.

Na biblioteca digital da pós-graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação, a busca não retornou resultados para “negócio social” ou “negócios sociais” e para “empreendedorismo social” foi recuperada a dissertação da aluna Patrícia Giselle Sarruf intitulada “Comunidades de prática e suas contribuições no processo de troca e criação de conhecimentos no âmbito das micro e pequenas empresas: o papel das ferramentas colaborativas da web” em 2011, porém o termo também é citado dentro do contexto de uma entrevista e a dissertação da aluna Flávia Roberta Fernandes intitulado “comunidades de prática como incentivo ao empreendedorismo social nas universidades federais do sul do Brasil” do ano de 2018.

Estes resultados foram recuperados no acervo UFPR via Portal da Informação no Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Paraná, com a abrangência temporal dos últimos dez anos (2010-2020) e as buscas foram realizadas apenas nas bases de Gestão da Informação pois a intenção é de analisar o empreendedorismo social a partir do ponto de vista desta área de estudo.

Sendo assim, entende-se que a pesquisa em questão agrega na correlação dos conhecimentos de gestão da informação e empreendedorismo social, ao analisá-lo a partir do ponto de vista de profissionais da Gestão da Informação. Como resultados pretendidos estão correlações teóricas dos temas e a perspectiva dos profissionais sobre as oportunidades do gestor da informação impactar a sociedade ao aplicar seus conhecimentos em negócios sociais. Entre o público beneficiado está a sociedade, ao aliar o conhecimento gerado em uma universidade pública em negócios de impacto social, as organizações e o ecossistema de empreendedorismo social, que pode ter seus resultados impulsionados a partir da aplicação dos conhecimentos de gestão da informação e os próprios estudantes ao identificar uma área de estudo e atuação. Os estudos já desenvolvidos mostram que há espaço para os gestores da informação desenvolverem pesquisas e chamarem a atenção para o tema.

1.2 OBJETIVOS

Para que a pesquisa seja conduzida com clareza quanto à sua finalidade, de acordo com o cenário apresentado e o problema de pesquisa, o seguinte objetivo geral e objetivos específicos são estabelecidos.

1.2.1 Objetivo geral

Apontar as possíveis contribuições da Gestão da Informação para a área do Empreendedorismo Social de acordo com suas necessidades.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Indicar na literatura as características de empreendedorismo social;

- b) Identificar como a Gestão da Informação pode dar suporte ao Empreendedorismo Social a partir do ponto de vista de gestores da informação atuantes na área.

1.3 METODOLOGIA

Esta pesquisa é caracterizada como exploratória. De acordo com Gil (1989, p. 44-45) “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo acerca de determinado fato.” Relaciona-se a seguir a metodologia de levantamento bibliográfico, o instrumento de coleta de dados e o método de análise dos dados.

1.3.1 Levantamento de literatura

A revisão de literatura foi realizada por meio de buscas em três bases de dados: Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI) e na *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), com abrangência temporal dos últimos dez anos e buscas exclusivamente no título dos documentos.

Os termos utilizados foram primeiramente "gestão da informação" AND "empreendedorismo social", gestão AND informação AND "empreendedorismo social", "gestão da informação" AND "negócio social", gestão AND informação AND "negócio social", "gestão da informação" AND "negócios sociais", gestão AND informação AND "negócios sociais". As buscas com estes descritores nas três bases não retornaram resultados.

Posteriormente buscou-se pelos termos individuais “gestão da informação”, “empreendedorismo social”, “negócio social” e “negócios sociais”. Retornaram os números conforme quadro abaixo (QUADRO 1).

QUADRO 1 - RESULTADO GERAL DAS BUSCAS NAS BASES DE DADOS

DESCRIPTOR	BASE DE DADOS		
	BRAPCI	SCIELO	CAPES
"gestão da informação"	284	27	190

"empreendedorismo social"	6	10	43
"negócio social"	0	1	4
"negócios sociais"	0	5	11

FONTE: A Autora (2021).

Detalhando o processo de seleção nas bases, foi realizado primeiramente um filtro pela leitura do título, posteriormente um filtro pelo resumo, e após a análise da primeira base, a conferência de existência do artigo no levantamento anterior.

Sendo assim, considerando os artigos pertinentes sobre Gestão da Informação e sobre Empreendedorismo ou Negócio Social, foram elencados 35 artigos. Considerou-se um número pertinente de artigos pois durante a leitura seriam incluídos também aqueles mais citados como referência nos temas pelos autores.

1.3.2 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados foi a revisão da literatura para indicar a definição de empreendedorismo social e gestão da informação. Posteriormente foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas para coleta de dados a respeito da perspectiva de dois profissionais da gestão da informação sobre como a Gestão da Informação pode contribuir com a área de empreendedorismo social.

Buscou-se profissionais da graduação em Gestão da Informação ou na pós-graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação que em sua carreira haviam atuado ou atuem no empreendedorismo social. Os profissionais foram selecionados de acordo com a disponibilidade de participação na pesquisa devido ao contexto social de pandemia. As entrevistas foram realizadas individualmente, *on-line*, com duração de 47 e 32 minutos, e gravadas com a autorização dos entrevistados para posterior transcrição.

1.3.3 Análise de dados

O conteúdo das entrevistas foi transcrito para análise de conteúdo conforme proposto por Bardin (2011), composta por três etapas:

1. A pré-análise;

2. A exploração do material;
3. O tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação;

A partir destas etapas foi possível analisar os dados qualitativos e discutir os resultados das entrevistas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com Dees (1998, p. 3) “devemos construir o nosso conhecimento do empreendedorismo social sobre esta tradição sólida da teoria e investigação sobre o empreendedorismo”. Portanto, a definição de empreendedorismo empresarial ou tradicional é abordada para posteriormente abordar o empreendedorismo social e a gestão da informação. Nota-se que os autores usam os termos “empreendedor” e “empreendimento” para contribuir com a caracterização do empreendedorismo.

2.1 EMPREENDEDORISMO

De acordo com Martin e Osberg (2007, não paginado, tradução da autora) “qualquer definição do termo ‘empreendedorismo social’ deve começar com a palavra ‘empreendedorismo’.”

Schumpeter (1997) define empreendedorismo e caracteriza o empreendedor utilizando o termo “empresário”. De acordo com Schumpeter (1997, p. 83) “chamamos ‘empreendimento’ à realização de combinações novas; chamamos ‘empresários’ aos indivíduos cuja função é realizá-las. O autor alia a definição de empreendedorismo com a ação. Segundo Schumpeter (1997, p. 86) “alguém só é um empresário quando efetivamente ‘levar a cabo novas combinações’, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios.” O destaque do economista são as criações que impactam o ambiente onde o empreendedor está inserido:

A sua tarefa característica — teórica como historicamente — consiste precisamente em demolir a velha tradição e criar uma nova. Embora isso se aplique primariamente à sua ação econômica, também se estende às consequências morais, culturais e sociais desta (SCHUMPETER, 1997, p. 97).

De acordo com Drucker (1998, p. 36) “empreender diz respeito a todas as atividades dos seres humanos que não são aquelas que poderíamos chamar de ‘existenciais’ em vez de ‘sociais’”. O autor também aborda os termos “empreendimento” e “empreendedor”. Segundo Drucker (1998, p. 34) “o empreendimento é um comportamento e não um traço da personalidade” e não está limitado à esfera econômica. O empreendimento também envolve aumentar o rendimento dos recursos, criar um mercado e um novo consumidor. Em uma abordagem direta, Drucker (1998) também afirma que o empreendimento não é “natural” ou “criativo”, é trabalho.

O autor ressalta que a administração empreendedora se aplica a todos os tipos de empresa, coletiva ou individual, com ou sem fins lucrativos, sendo que as regras, o que funciona ou não e os tipos de inovação também são quase as mesmas. Por fim, Drucker (1998) discorre sobre características do empreendedor: criam algo novo, mudam e transformam valores; inovam e desta forma são capazes de criar riqueza; transferem recursos de áreas de baixa produtividade e rendimento para áreas de produtividade e rendimento mais elevadas; não provoca a mudança por si, mas considera a mudança normal e sadia. Segundo Drucker (1998, p 36) “isto define o empreendedor e o empreendimento, o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

Chiavenato (2007, p. 7) aborda o empreendedor e sua capacidade de transformar uma ideia mal estruturada em algo concreto e de sucesso:

Não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O termo empreendedor — do francês *entrepreneur* — significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente (CHIAVENATO, 2007, p. 3).

A partir destas definições é possível partir para a aplicação no empreendedorismo social.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Ao analisar os primórdios do termo, segundo Parente e Quintão (2014, p. 13) “o conceito de empreendedorismo social encontra as suas raízes nos EUA, na década de 1980, nas áreas disciplinares da economia e da gestão, e o termo empreendedor social vulgariza-se nos anos 1990.”

Oliveira (2004) em sua tese a respeito do empreendedorismo social no Brasil, parte das definições das principais organizações internacionais (QUADRO 2) e viabiliza a análise.

QUADRO 2 - CONCEITOS SOBRE EMPREENDEDORISMO SOCIAL - VISÃO INTERNACIONAL

ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de idéias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de Inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto-sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam idéias inovadoras e vêemveem oportunidades onde outros não vêemveem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do Mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora

	e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion, Kauffman Foundation	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

FONTE: Oliveira (2004 apud Oliveira 2004).

Segundo Seelos e Mair (2005) assim como o empreendedorismo empresarial o empreendedorismo social reconhece e age em oportunidades que outros perdem para suprir necessidades básicas do ser humano. O empreendedorismo social é definido por Mair e Martí (2006, p. 37, tradução da autora) como “um processo que envolve o uso inovador e a combinação de recursos para buscar oportunidades de catalisar mudanças sociais e/ou atender às necessidades sociais.” Para Martin e Osberg (2007) o empreendedorismo se diferencia devido à proposta de valor:

A distinção crítica entre empreendedorismo e empreendedorismo social reside na própria proposta de valor. Para o empreendedor, a proposta de valor antecipa e é organizada para atender a mercados que podem pagar com conforto o novo produto ou serviço e, portanto, é projetada para gerar lucro financeiro. [...] O empreendedor social, entretanto, não antecipa nem se organiza para criar lucros financeiros substanciais para seus investidores - organizações filantrópicas e governamentais em sua maioria - ou para si mesmo. Em vez disso, o empreendedor social almeja valor na forma de benefício transformacional em grande escala que agrega tanto a um segmento significativo da sociedade quanto à sociedade em geral. (MARTÍN; OSBERG, 2007, não paginado, tradução da autora).

Segundo Mair e Martí (2006) a diferença entre empreendedorismo de negócios e empreendedorismo social está na prioridade dada à criação de riqueza social versus a criação de riqueza econômica. Segundo Dees (1998) no empreendedorismo empresarial é possível medir a criação de valor pela criação de riqueza, porém no empreendedorismo social a criação de riqueza é um meio para atingir um fim. Seelos e Mair (2005) também ressaltam que no caso do empreendedorismo social a criação de valor econômico é um subproduto que possibilita o alcance de autossuficiência e sustentabilidade da organização. A dificuldade na medição da criação de valor social portanto é considerada como inerente ao empreendedorismo social (DEES, 1998) sendo que a criação de valor

social pode ser considerada como principal objetivo do empreendedorismo social (SEELOS; MAIR, 2005).

Melo Neto e Froes (2002) apresentam características que diferenciam o empreendedorismo privado do empreendedorismo social (QUADRO 3).

QUADRO 3 - EMPREENDEDORISMO PRIVADO X EMPREENDEDORISMO SOCIAL

EMPREENDEDORISMO PRIVADO	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1. é individual	1. é coletivo
2. produz bens e serviços para o mercado	2. produz bens e serviços para a comunidade
3. tem o foco no mercado	3. tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais
4. sua medida de desempenho é o lucro	4. sua medida de desempenho é o impacto social
5. visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	5. visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las

FONTE: Melo Neto e Froes (2002).

Entretanto, Mair e Martí (2006) assim como Martin e Osberg (2007) são contra o pensamento dicotômico de que o empreendedorismo é motivado por lucro e o social por motivações altruístas. Segundo Mair e Martí (2006) o empreendedorismo social também pode ser motivado por realização pessoal e o empreendedorismo empresarial, mesmo motivado por gerar riqueza, afeta a realidade social na qual está inserido. Para Martin e Osberg (2007) a real motivação de ambos seria a oportunidade identificada, a perseguição da visão e a recompensa psíquica do processo de colocar suas ideias em prática.

Outro ponto a ser esclarecido é a qual setor econômico os empreendimentos sociais pertencem. De acordo com Dees (1998, p. 1):

Para além de atividades inovadoras sem fins lucrativos, o empreendedorismo social pode incluir atividades lucrativas com objetivos sociais, como bancos de desenvolvimento comunitário, e organizações híbridas que combinam elementos lucrativos e não-lucrativos (DEES, 2001, p. 1).

Contribuindo com este mesmo ponto, segundo Mair e Martí (p. 39, tradução da autora) “se os empreendedores sociais escolherem um veículo sem fins lucrativos

ou com fins lucrativos, muitas vezes depende do modelo de negócios específico e das necessidades sociais específicas atendidas.”

Para possibilitar a identificação do empreendedorismo social, Martin e Osberg (2007, não paginado, tradução da autora) elencam 3 características:

1. Identificar um equilíbrio estável e intrinsecamente injusto, que causa exclusão, marginalização ou sofrimento em um grupo que não têm recursos financeiros ou influência para acessar um benefício transformador;
2. Identificar uma oportunidade no equilíbrio injusto, desenvolver uma proposta de valor que traga inspiração, coragem, força, ação, desafiando o equilíbrio atual;
3. Criar um novo equilíbrio estável que libera o potencial retido ou alivia o sofrimento do público-alvo, garantindo a partir deste novo equilíbrio um futuro melhor para eles e para a sociedade em geral.

Estes mesmos autores estudam empreendedores sociais bem sucedidos há 15 anos e de acordo com Martin e Osberg (2015) é possível constatar que:

Todos se concentram em mudar dois aspectos de um sistema existente — os atores envolvidos e a tecnologia instrumental aplicada —, a fim de criar modelos financeiros sustentáveis capazes de permanentemente deslocar o equilíbrio social e econômico em direção aos seus beneficiários-alvo (MARTIN; OSBERG, 2015, p.3, tradução da autora).

Apesar de serem termos relacionados, para Yunus (2008) o empreendedorismo social e negócio social não são sinônimos. Segundo Yunus (2008, p. 14, tradução da autora) “como é geralmente definido, qualquer iniciativa inovadora para ajudar as pessoas pode ser descrita como empreendedorismo social.” A iniciativa pode ser com ou sem fins lucrativos, e uma destas iniciativas pode ser um negócio social (YUNUS, 2008).

No contexto nacional, é importante destacar a diferença entre OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, que abrange as ONGs) e negócio social. Primeiramente ao analisar a diferença entre OSCIP e ONG, de acordo com o SEBRAE (2019):

Uma OSCIP é uma qualificação jurídica atribuída a diferentes tipos de entidades privadas atuando em áreas típicas do setor público com interesse social, que podem ser financiadas pelo Estado ou pela iniciativa privada sem fins lucrativos. Ou seja, as entidades típicas do terceiro setor. A OSCIP está prevista no ordenamento jurídico brasileiro como forma de facilitar parcerias e convênios com todos os níveis de governo e órgãos públicos (federal, estadual e municipal) e permite que doações realizadas por empresas possam ser descontadas no imposto de renda. [...], Mas uma ONG já não é uma OSCIP? Essa pergunta é frequente e a resposta para ela é: não. E o motivo é simples: a figura da ONG não existe no ordenamento jurídico brasileiro. A sigla é usada de maneira genérica para identificar organizações do terceiro setor, ou seja, que atuam sem fins comerciais e cumprindo um papel de interesse público, como associações, cooperativas, fundações, institutos, entre outras. Já a qualificação de OSCIP é o reconhecimento oficial e legal mais próximo do que se entende por ONG, especialmente porque é marcada por exigências legais de prestação de contas referentes a todo o dinheiro público recebido do Estado (SEBRAE, 2019, não paginado).

A partir do ponto de vista nacional também temos a diferença entre negócio social e ONG apresentada pelo Instituto Legado de Empreendedorismo Social, organização que tem como objetivo impulsionar o empreendedorismo social em Curitiba (FIGURA 3).

FIGURA 3 - DIFERENÇA ENTRE NEGÓCIO SOCIAL E ONG

Negócio Social	Ong
Visa o lucro	Não tem fins lucrativos
Cobra pelos serviços oferecidos	Oferecidos serviços gratuitos para o seu público-alvo
Autossustentável	Depende de apoio, parcerias e financiamentos externos
Paga impostos	Tem imunidade e isenção fiscal

FONTE: Instituto Legado (2019).

Sendo assim, entende-se que existem visões diferentes entre os autores. Destaca-se o objetivo do empreendedorismo social de criar valor e gerar impacto social para um determinado público-alvo, podendo ou não gerar lucro, enquadrando-se como OSCIP ou negócio social.

2.3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Para compreender o significado da gestão da informação é necessário partir dos conceitos de dado, informação e conhecimento. De acordo com Davenport (1998), dados são simples observações sobre o estado do mundo, informação são dados dotados de relevância e propósito e o conhecimento é informação valiosa da mente humana que inclui reflexão, síntese e contexto (DAVENPORT, 1998). De forma pontual é possível analisar a relação e características abordadas pelo autor (QUADRO 4).

QUADRO 4 - DEFINIÇÃO DE DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

DADOS	INFORMAÇÃO	CONHECIMENTO
Simple observações sobre o estado do mundo	Dados dotados de relevância e propósito	Informação valiosa da mente humana Inclui reflexão, síntese e contexto
- Facilmente estruturado	- Requer unidade de análise	- De difícil estruturação
- Facilmente obtido por máquinas	- Exige consenso em relação ao significado	- De difícil captura em máquinas
- Frequentemente quantificado	- Exige necessariamente a mediação humana	- Frequentemente tácito
- Facilmente transferível		- De difícil transferência

FONTE: Davenport 1998.

Beal (2008) também discorre a respeito das distinções entre os termos, acentuando a relevância dos dados selecionados para geração da informação:

Dados podem ser entendidos como registros ou fatos em sua forma primária, não necessariamente físicos - uma imagem guardada na memória também é um dado. Quanto esses registros ou fatos são organizados ou combinados de forma significativa, eles se transformam numa informação. [...] a informação é produzida a partir de dados dotados de relevância e propósito. (BEAL, 2008, p. 12).

De acordo com Beal (2008, p. 11) “transformam-se dados em informação agregando-se valor a eles; e informação em conhecimento acrescentando-se a ela vários outros elementos.” Davenport (1998) distingue os elementos:

Conhecimento é a informação mais valiosa e, conseqüentemente, mais difícil de gerenciar. É valiosa precisamente porque alguém deu à informação um contexto, um significado, uma interpretação; alguém refletiu sobre o conhecimento, acrescentou a ele sua própria sabedoria, considerou suas implicações mais amplas (DAVENPORT, 1998, p. 19).

Miranda (1999) aborda as definições tendo em vista o contexto de negócios onde a informação está inserida. O autor aborda três tipos de conhecimento também no contexto organizacional: conhecimento explícito, tácito e estratégico (QUADRO 5).

QUADRO 5 - DADO, INFORMAÇÃO E TIPOS DE CONHECIMENTO

DADO	INFORMAÇÃO	CONHECIMENTO
Conjunto de registros qualitativos ou quantitativos conhecido que organizado, agrupado, categorizado e padronizado adequadamente transforma-se em informação	Dados organizados de modo significativo, sendo subsídio útil à tomada de decisão	Conhecimento explícito é o conjunto de informações já elicitadas em algum suporte (livros, documento etc.) e que caracteriza o saber disponível sobre tema específico
		Conhecimento tácito é o acúmulo de saber prático sobre um determinado assunto, que agrega convicções, crenças, sentimentos, emoções e outros fatores ligados à experiência e à personalidade de quem o detém
		Conhecimento estratégico é a combinação de conhecimento explícito e tácito formado a partir das informações estratégicas e de informações de acompanhamento, agregando-se o conhecimento de especialistas

FONTE: Adaptado de Miranda (1999).

Lastres e Albagli trazem também dois tipos de conhecimento denominados pelas autoras como codificáveis e tácito:

Também é necessário distinguir dois tipos de conhecimentos: os conhecimentos codificáveis — que, transformados em informações, podem ser reproduzidos, estocados, transferidos, adquiridos, comercializados etc. — e os conhecimentos tácitos. Para estes a transformação em sinais ou códigos é extremamente difícil já que sua natureza está associada a processos de aprendizado, totalmente dependentes de contextos e formas de interação sociais específicas (LASTRES E ALBAGLI, 1999, p. 30).

Vale ressaltar que, segundo Beal (2008) “um conjunto de dados não produz necessariamente uma informação, nem um conjunto de informações representa necessariamente um conhecimento”. A partir destas distinções é possível refletir sobre a gestão da informação. Gerir é sinônimo de administrar, por isso a gestão da

informação refere-se à administração da informação. Davenport (1998), Choo (2003) e Beal (2008) abordam e definem a gestão da informação (QUADRO 6).

QUADRO 6 - DEFINIÇÕES DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

AUTOR	TERMO UTILIZADO	DEFINIÇÃO
Davenport (1998)	Gerenciamento da Informação	Conjunto estruturado de atividades que incluem o modo como as empresas obtêm, distribuem e usam a informação e o conhecimento
Choo (2003)	Administração da Informação	Administração de uma rede de processos que adquirem, criam, organizam, distribuem e usam a informação
Beal (2008)	Gestão Estratégica da Informação	Administração dos recursos informacionais de uma organização a partir de um referencial estratégico

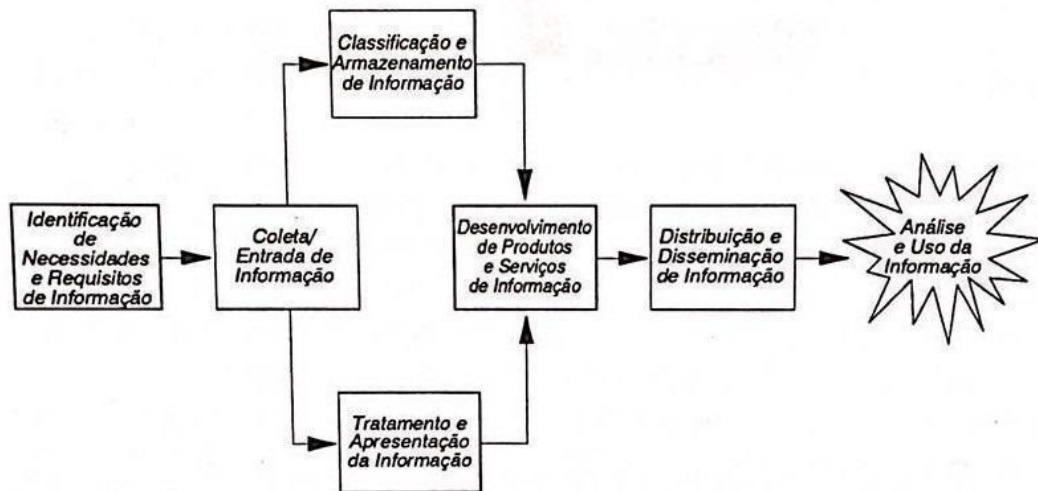
FONTE: Elaborado pela autora (2021), com base em DAVENPORT (1998), CHOO (2003) e BEAL (2008).

Valentim (2002, p. 4-5) em seu estudo a respeito da inteligência competitiva nas organizações, conceitua a gestão da informação como:

- Prospecção, seleção e obtenção da informação;
- Mapeamento e reconhecimento de fluxos formais de informação;
- Tratamento, análise e armazenamento da informação utilizando tecnologias da informação;
- Disseminação e mediação da informação ao público interessado;
- Criação e disponibilização de produtos e serviços de informação.

Estes aspectos contribuem para a compreensão do ponto de vista de que a gestão da informação é um processo (Davenport, 1998), por este motivo é necessário abordar os modelos construídos de Gestão da informação. McGee e Prusak (1994) apresentam um modelo de informações genérico devido aos diferentes papéis da informação, que recebe ênfases diferentes de acordo com o contexto organizacional no qual está inserida e os diferentes níveis de importância e valores das tarefas no modelo dependendo da organização (FIGURA 4).

FIGURA 4 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE MCGEE E PRUSAK



FONTE: McGee e Prusak (1994).

Davenport (1998) apresenta um modelo com quatro etapas: determinação das exigências, obtenção, distribuição e utilização da informação (FIGURA 5).

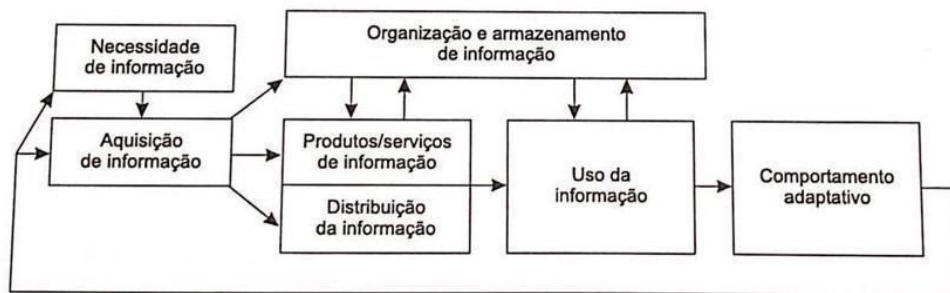
FIGURA 5 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE DAVENPORT



FONTE: Davenport (1998).

O modelo de gestão da informação segundo Choo (2003) é composto por 6 etapas e tem como resultado o comportamento adaptativo, que é a seleção e execução de ações (FIGURA 6).

FIGURA 6 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE CHOO



FONTE: Choo (2003).

Beal (2008) elabora um modelo que traz a noção de ciclo contínuo que pode alimentar os processos decisórios ou operacionais em uma organização, sendo que um possível resultado é a oferta de informações para o ambiente externo (BEAL, 2008).

FIGURA 7 - MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO DE BEAL



FONTE: Beal (2008).

A apresentação dos modelos genéricos de gestão da informação foi realizada para identificar as atividades pelas quais o gestor da informação é

responsável dentro de uma organização. Estes processos têm como objetivo disponibilizar informações com qualidade para os níveis operacional, tático ou estratégico e dar suporte aos processos de tomada de decisão, sempre alinhados à estratégia organizacional (MCGEE; PRUSAK, 1994; BEAL, 2008).

Ressalta-se que a elaboração da estratégia depende da informação. A informação é necessária para definir produtos e serviços oferecidos, objetivos de desempenho, processos que atendam aos objetivos e diferenciam a organização de seus concorrentes, o desenvolvimento de recursos e monitoramento do desempenho. Ou seja, para definir o lugar que a organização ocupa (MCGEE, PRUSAK, 1994).

A gestão dos recursos informacionais e a estratégia da informação ajudam as empresas na alocação dos recursos informacionais e na adaptação às mudanças, pois sabe-se que apenas o emprego da tecnologia não é suficiente para gerar vantagem competitiva (DAVENPORT, 1998; BEAL, 2008).

3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

As entrevistas tiveram duração de 47 e 32 minutos e o conteúdo foi analisado para discorrer sobre as opiniões dos participantes. Foram entrevistados dois profissionais que estudaram gestão da informação na graduação ou na pós-graduação e em algum momento de sua carreira também atuaram ou atuam no empreendedorismo social. Eles são identificados como F e H.

QUADRO 7 - EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS DOS ENTREVISTADOS

F	H
Graduada em Secretariado Executivo, pós-graduada em planejamento e marketing estratégico e empreendedorismo social, mestre e doutoranda em Ciência, Gestão e Tecnologia da Informação. Atua como professora de secretariado, gestão empreendedora de serviços e assessoria executiva digital, é pesquisadora e organiza eventos. Tem 35 anos e nasceu em Curitiba.	Graduado em Gestão da Informação, pós-graduado em Empreendedorismo social e cursando MBA em Data Science e Inteligência Artificial. Atua como coordenador de negócios em uma <i>startup</i> , mentor em organizações que apoiam o empreendedorismo social em Curitiba, voluntário e professor freelancer. Tem 28 anos e nasceu em Curitiba.

FONTE: A autora (2021).

O conteúdo foi organizado de acordo com os temas: o que é empreendedorismo social, a gestão da informação e o empreendedorismo social na carreira dos entrevistados, a gestão da informação pela perspectiva dos entrevistados, demandas do empreendedorismo social e o papel do gestor da informação no ecossistema de empreendedorismo de Curitiba.

3.1 O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS

Empreendedorismo social é relacionado à atitude de uma pessoa que identifica uma demanda e cria um negócio que tenha como objetivo o impacto social. Também é considerado principalmente como terceiro setor e sua finalidade social. Destaca-se que não há uma clareza de conceitos e seu objetivo final é o impacto gerado.

“Quando a gente está falando sobre empreendedorismo social nós estamos falando aí de indivíduos que observam uma demanda na sociedade e uma necessidade que tenha seu cunho social, ambiental e visam elaborar, produzir, criar negócios que atendam, que tenham um foco no seu impacto social”. (Entrevistada F).

“A definição de empreendedorismo social é tudo que está declaradamente e até legalmente instituído no terceiro setor, dentro de tudo o que pode compreender isso né, OSCIP, ONGs, associações, fundações e todas as constituições jurídicas, e tudo o que está compreendido no setor 2 e meio, que aí entra realmente essa área subjetiva [...] Quando a gente falar de negócios sociais, daí eu acho que é quando realmente está ligado ao core né, o core da empresa precisa estar ligada ao empreendedorismo social, à uma finalidade social assim”. (Entrevistado H.)

3.1.1 A questão do lucro

Em suas definições sobre o empreendedorismo social, os entrevistados afirmam que empreendimentos sociais têm lucro visando a sustentabilidade do negócio.

“Eu sempre me aproprio dessa definição que o Yunus traz que é... O que é um negócio que claro...é necessário ele ser sustentável então ele tem que ter um louco... Claro... Mas o seu foco e o seu objetivo final é o impacto que esse negócio gera”. (Entrevistada F).

“Pra mim isso é empreendedorismo social. Ele presta um serviço que visa lucro, que tem margem de lucro, tem precificação, que tem nível de serviço, mas que a forma e a cadeia com que ele faz isso e se preocupa é ... Gera um impacto social diretamente”. (Entrevistado H).

3.2 A CARREIRA DOS ENTREVISTADOS

F, ao atuar 10 anos como secretária executiva na área comercial e fazer uma pós-graduação em planejamento e marketing estratégico, observou que as organizações precisavam de uma consciência social além do que é visto como responsabilidade social. Na sua perspectiva, muitas vezes as empresas usam a responsabilidade social como estratégia de marketing frente a uma sociedade cada vez mais consciente.

Devido à esta percepção, F. realizou um curso de extensão e começou a estudar sobre empreendedorismo social nas horas livres até surgir uma oportunidade para trabalhar na área social de uma instituição de ensino, onde atuou desenvolvendo projetos sociais em comunidades vulneráveis na região metropolitana de Curitiba. A entrevistada ressalta que apesar de não ter experiência no setor social, conhecia aspectos de gestão que seriam úteis nesta nova função.

Como instituições de ensino valorizam o processo de mestrado e doutorado e F. sempre quis trabalhar com gestão do conhecimento, pois já havia sido tema de seu TCC e trabalho da extensão, assim como pela praticidade de estudar no mesmo estado que vivia, optou pelo Programa de Pós-graduação em Gestão da Informação.

H. entrou na graduação em gestão da informação. Depois de um ano atuando em pesquisa com professores, foi atraído pelo desafio e iniciou um estágio no Hospital Pequeno Príncipe. O entrevistado considera que a partir deste estágio desenvolveu as noções de propósito, consciência sobre cadeia, e passou a observar a responsabilidade das empresas privadas com o impacto gerado, assim como o impacto das organizações denominadas sociais.

3.3 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS

Existem dois pontos de vista entre os entrevistados. O primeiro é a gestão da informação como uma gestão avançada ou, além do tripé ciência, gestão e tecnologia da informação, como a mescla entre conhecimentos de fluxo de informação e tecnologia, como principal diferencial. A entrevistada F. afirma que todas as habilidades, competências e conhecimentos em gestão da informação desenvolvidos durante o curso são úteis no empreendedorismo social.

“Se você me perguntasse ‘profe, você acha que a GI tem relação [com o empreendedorismo social]?’ Total... Total... 100%, toda a grade... Se você pegar a tua grade, se você pegar as suas ementas... Eu falaria esse conceito sim você aplica, isso aqui sim...você aplica”. (Entrevistada F.).

“Eu não desassociaria a gestão da informação nesse contexto como uma gestão muito bem feita, de ponta e alguém muito bem preparado para gestão”. (Entrevistado H.).

Ao comentar sobre o profissional de gestão da informação, foi citado o ponto de vista de que o gestor da informação é o profissional que tem a informação como base para qualquer processo dentro da organização, aquele que compreende a importância da informação e usa ferramentas para gerenciá-la, e desta forma usá-la como diferencial. O gestor da informação também é visto como um profissional horizontal com perfil complementar.

“A principal função de um gestor da informação é ter a informação como base pra qualquer processo que ocorra dentro de uma organização [...], Mas esse profissional precisa entender a importância dessa informação, como ele faz uso dessa informação e como ele usa essas ferramentas pra gerenciar essa informação e para usar essa informação como diferencial nesse universo que ele está”. (Entrevistada F.).

“Eu na minha jornada me reconheço como alguém mais amplo, um pouco mais superficial né, um pouco menos vertical, mas mais horizontal, que tem um perfil complementar que é superimportante até se você for pensar numa perspectiva de um grupo heterogêneo, um grupo diverso, que valorize a diversidade e as diferenças de opinião e as diferentes formas de pensar pra construir algo mais coerente”. (Entrevistado H.).

3.4 O GESTOR DA INFORMAÇÃO PODE DAR SUPORTE EM QUAIS NECESSIDADES DOS EMPREENDIMENTOS SOCIAIS?

Os entrevistados apontaram em quais problemas ou demandas do empreendedorismo social o gestor da informação pode contribuir. Segundo eles, além da gestão das organizações sociais, foram citadas disciplinas que representam conhecimentos específicos, etapas do processo de gestão da informação e atividades específicas do dia a dia do empreendedorismo social (QUADRO 8).

QUADRO 8 - NECESSIDADES DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

DISCIPLINAS	PROCESSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO	ATIVIDADES
Gestão de projetos	Todo o fluxo da informação	Planejar
Necessidades de informação	Tratamento da informação	Organizar

Gestão do conhecimento	Demanda de informação	Definir rotina
Estatística	Coleta de informação	Gerenciar projetos
Sistemas de informação	Organização da informação	Gerenciar a organização
Gestão de documentos	Acesso às fontes de informação	Medir
Marketing		Mensurar
Gestão de negócios		Traçar plano de ação
Estratégia		Fazer PDCA
Custos		Captar de recursos
		Planejar e conhecer fontes de acesso à informação
		Elaborar plano de negócio
		Sistematizar conhecimento
		Organizar documentos

FONTE: A autora (2021).

A seguir foram detalhadas as falas que refletem as necessidades voltadas à gestão, gestão financeira, gestão de documentos, gestão do conhecimento e profissionalização, por meio da visão da gestão da informação dos entrevistados.

3.4.1 Gestão

Os entrevistados citam a gestão como uma necessidade dos empreendimentos sociais. Estas organizações buscam por pessoas que tenham conhecimentos sobre gestão de projetos, planejamento e organização. A gestão da informação também é vista como uma gestão avançada que pode auxiliar os empreendimentos sociais em todos os seus problemas de forma geral.

“Até hoje as pessoas me procuram oferecendo alguma proposta de emprego nesse sentido porque técnicas que eu aprendi, das expertises que eu tinha no sentido de planejamento, organização, definição de rotina, gerenciamento de projetos, era muito importante nessa área social.” (Entrevistada F).

“Então que problemas [a gestão da informação pode ajudar a resolver nos empreendimentos sociais]? De forma ampla todos né. Ali na grade que hoje é bem diferente né, mas você tem marketing, gestão de negócios, gestão estratégica, custos, você tenta abraçar de forma bastante horizontal a gestão sempre obviamente de uma perspectiva de gestão da informação, de demanda, de fluxo, de conhecimento tácito e explícito, de gestão do conhecimento né, tudo que o gestor da informação precisa ser muito mais sensível, mas no fim do dia é uma gestão mais avançada.” (Entrevistado H.).

3.4.1.1 Indicadores

Ainda dentro do assunto gestão, é citada a gestão por indicadores como um dos problemas que o gestor da informação ajuda a resolver, partindo do ponto de vista da administração de que só é possível gerenciar o que é medido. O entrevistado cita as atividades: medir, mensurar, traçar planos de ação, desenvolver um PDCA e coletar informações para planejar objetivos, consideradas como atividades “infinitas”.

“Então quais problemas [a gestão da informação pode ajudar a resolver nos empreendimentos sociais]? Pra mim todos. Se eu pudesse destacar um [problema] que daí realmente a gente consegue ser um pouco mais explícito que o gestor da informação desenvolve bastante na universidade, que é um problema de gestão geral na vida aí e aí no terceiro setor obviamente se agrava, realmente inteligência com indicadores assim.” (Entrevistado H.).

“Muitas vezes as pessoas não sabem o que fazer com a informação... não sabem nem onde coletar... não sabem tratá-las...” (Entrevistada F.).

3.4.1.2 Necessidades do cliente

A entrevistada cita a importância de elaborar um plano de negócio e identificar a real necessidade do mercado, ela aborda o exemplo do projeto no qual atuou onde era possível observar um nível alto de gestação na adolescência. O primeiro palpite da equipe foi a falta de conhecimento das adolescentes sobre contraceptivos, porém na prática descobriram que as meninas eram incentivadas por suas mães a engravidar, sair de casa e deixar de ser um problema para os pais.

“Se eu como negócio social me proponho a cumprir o impacto social primeiro tenho que saber o que essa sociedade precisa...o que esse mercado precisa.” (Entrevistada F.).

3.4.2 Gestão financeira

A gestão financeira é citada como uma necessidade, assim como a captação de recursos. Em vez disso, algumas ONGs que nascem pequenas querem apenas focar no impacto, considerado como fim, e não realizar as atividades consideradas como o meio necessário para que consigam gerar impacto.

“Por exemplo, eu tenho uma ong de cachorro, então eu quero, cara, cuidar de cachorro. Eu não quero prestar contas, eu não quero fazer gestão financeira, eu não quero captar, eu quero cuidar de cachorro. Legal, cuidar de cachorro é o fim, você precisa do meio. Não tem como. Se você só quer cuidar de cachorro você não vai conseguir cuidar de cachorro porque você não vai ter dinheiro,

organização, estrutura e nem nada pra cuidar de cachorro. E às vezes algumas ONGs que nascem pequenininhas tem um pouco desse complexo assim, ela quer se preocupar muito com o impacto é óbvio maravilha, ótimo, deve sim, o cenário ideal dela, ele deveria se preocupar muito com o impacto, mas ela tem que entender que ela precisa preencher o meio né, o impacto é o fim. Tudo o que tem até lá você também precisa fazer.” (Entrevistado H.).

3.4.2.1 A Captação de recursos

A captação de recursos foi abordada pelos dois entrevistados, devido a dificuldade dos responsáveis no planejamento e execução deste processo, devido à falta de conhecimento sobre como fazer ou por não gostarem desta atividade.

“Uma coisa que a gente percebe muito quando está trabalhando com captação de recursos é que a gente sempre tem a ideia de que não tem dinheiro...mas na verdade o que a gente não tem são projetos escritos ou muito bem sistematizados pra que a gente consiga captar. É uma coisa que a gente percebe ou até mesmo a falta de conhecimento desse gestor de como ele acessa né cada uma dessas fontes de recursos”. (Entrevistada F.).

“Então ‘H pô, eu tenho instituição, mas eu não gosto de captar’... Eu tenho uma triste notícia pra você, se você não gosta de captar recurso, você não vai conseguir gerar impacto e fazer o que você faz então...”. (Entrevistado H.).

Neste aspecto também foi abordada a necessidade de saber quais são as fontes de informação para captação de recursos.

“Então assim, quando eu comecei a trabalhar com captação de recursos não tinha um lugar específico pra onde eu poderia ter acesso a todas as fontes de informações, onde seriam os melhores locais de captação de recursos...eu tive que montar um banco de dados específico”. (Entrevistada F.).

“Quando a gente olha pra esse contexto social a gente percebe que muitos destes empreendedores tendo demandas nesse sentido de planejar de saber onde eles têm acesso de informações”. (Entrevistada F.).

3.4.3 Gestão de documentos

Os entrevistados citam a relevância da gestão de documentos para a tomada de decisão nos negócios sociais, e o desconhecimento dos gestores das organizações sobre o que é e como fazer.

Além disso, ONGs precisam prestar contas para investidores, Estado ou empresas apoiadoras periodicamente, e por meio da gestão de documentos isso pode ser realizado de forma eficiente, ao previamente identificar a demanda e

planejar a coleta da informação. Este é um exemplo de fluxo de informação muito presente na rotina do terceiro setor.

“E se você for olhar pra um negócio social eles não sabem fazer gestão de conhecimento, de documentos, por exemplo, e isso vai produzir insumos pra tomada de decisões em algum momento...[...] se você perguntar pra um empreendedor social que tá ali na prática “você acha que é importante a gestão de documentos?” ele fala “o que é gestão de documentos?”. Pra ele é guardar papel às vezes, a gente sabe que não”. (Entrevistada F).

“Você precisa se organizar e ter um monte de documento para apresentar periodicamente para renovar suas certidões, suas autorizações, então cara isso é gestão da informação. [...] Então por isso que eu não desassociar a gestão da informação de gestão, de administração assim. Este é um exemplo bem claro e explícito né de cara “precisa fazer prestação de contas? Legal, já guarda todas as notas, já pensa o DRE com a finalidade de prestação de contas, já organiza, já entende o que você precisa coletar, se é uma empresa que envolve mais até a área criativa, já coleta um depoimento, já faz, planeja e tal. E em teoria, no cenário ideal, o processo de prestação de contas deveria ser só um apanhar as informações que você já tem e organizá-las no formato que você precisa”. (Entrevistado H).

3.4.4 Gestão do conhecimento

Aborda-se o fato da importância da gestão do conhecimento para a tomada de decisão e a limitação decorrente da equipe ser reduzida ou formada por apenas uma pessoa para aprender sobre diversos temas.

“Por ongs que eu passei e por ongs que eu trabalhei e por estar dentro de projetos sociais as pessoas elas não sistematizam o conhecimento [...] é por isso que ele é tão importante...porque eu tenho uma tomada de decisão que pode ser baseada em todo esse conhecimento tácito...se eu conseguir tornar esse conhecimento tácito em explícito e a gente tem muita boa vontade mas [...] ele não tem uma equipe de dez pessoas, ele tem a ‘euquipe’”. (Entrevistada F.).

3.4.5 Profissionalização

A falta de profissionalismo no setor social é citada como uma demanda do setor, não devido ao fato de que o gestor social não quer fazer algo, mas por não saber o que precisa ser feito. Em outros casos, os empreendedores desenvolvem o durante a prática, e depois de algum tempo de resultado formalizam o negócio. É citado o fato de que o setor social precisa conhecer as metodologias, recursos e ferramentas para profissionalizar-se.

“O nosso ensino pode ter uma pegada mais mercadológica... Mas o social também tem que saber essas coisas, e todas essas ferramentas cabem aqui”. (Entrevistada F.).

As necessidades apontadas pelos entrevistados partem da perspectiva de gestão da informação, por este motivo não houve um tópico exclusivo para este tema.

3.5 O PAPEL DO GESTOR NA INFORMAÇÃO NO ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO EM CURITIBA

O gestor da informação é considerado um profissional com visão holística que coleta informações do ambiente externo e trata as informações com o objetivo de produzir melhores produtos e serviços para a sociedade, cumprindo um impacto social.

Os negócios sociais tentam trabalhar de maneira integrada, ser um sistema interdependente porém falta o processo de saber trabalhar, usar a tecnologia a favor das organizações, identificar necessidades, fontes e como trabalhar a informação. Por este motivo o gestor da informação é considerado um profissional complementar que a sociedade precisa cada vez mais. Em um aspecto mais quantitativo, foi sugerido realizar um levantamento de quantos são e onde estão os gestores da informação atuando direta ou indiretamente no empreendedorismo social para compreender melhor seu papel imerso neste contexto.

“Essa informação que eu colete de dentro é tratada aqui para produzir melhores produtos e serviços e para retornar pra essa sociedade, realmente cumprindo um impacto social [...] Talvez eu poderia lincar vários pontos da necessidade da informação... Poderia lincar pensando em cada uma das áreas mas daí é quase uma proposta social... Então, ao meu ver, esse é um profissional que a gente precisa cada vez mais”. (Entrevistada F.).

“No fim das contas então, pra mim o papel do gestor da informação no sistema de empreendedorismo como um todo é utilizar essa horizontalidade e esse braço largo que o gestor da informação tem de conseguir com mais facilidade fazer ponte entre a tecnologia, gestão e a ciência da informação, pra conseguir construir algo mais diverso, mais coerente, mais sólido a partir de opiniões e pensamentos mais diversos assim. [...] E falando do empreendedorismo isso é fundamental né, no empreendedorismo tem aquela questão da diversidade, do mindset de aprendizado, de errar rápido, errar pequeno, então o gestor da informação está muito dentro disso, consegue compreender e ser muito sensível à tecnologia”. (Entrevistado H.).

3.5.1 O papel da universidade

O tripé fundamental de ensino, pesquisa e extensão da universidade pode ser aplicado no empreendedorismo social para impactar cada vez mais a sociedade.

Esta é uma oportunidade de aplicar e levar conhecimento e causar mudança nestas organizações.

“Eu acho que deveriam ter muito mais incentivos, programas e esforços conjuntos para que a Universidade Federal do Paraná que tem como missão ali entre aspas, mas o tripé fundamental de ensino, pesquisa e extensão para que isso também gere impacto no terceiro setor né. Mais uma vez, a academia carece de prática, carece de colocar o conhecimento na prática, de ter informações para poder estudar, para poder fazer, pra poder gerar, e o terceiro setor carece de conhecimento, carece de alguém que gaste um tempo, que pense, que traga o método, que faça algo um pouco mais estruturado, que mude”. (Entrevistado H.).

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Percebe-se que a gestão da informação e o empreendedorismo social cruzaram-se na vida dos entrevistados em fases diferentes da história de cada um, agregando ao trabalho diferentes perspectivas e experiências.

Independente da trajetória individual, ambos identificaram o gestor da informação como um profissional diferenciado que entende o valor da informação no ambiente interno da organização, identifica necessidades, tem visão sistêmica de fluxo da informação e conhecimento em tecnologia. De forma macro, o gestor da informação é visto como o profissional capaz de compreender as necessidades e dar suporte ao projetar produtos e serviços que atendam a sociedade, além de possibilitar conexões com a rede empreendedora a partir de sua visão abrangente.

Relacionando os aspectos específicos, foi citada a gestão organizacional, financeira, de projetos, documentos e conhecimento, e em cada uma delas foram elencados uma ou mais atividades ou processos específicos (QUADRO 9).

QUADRO 9 - DETALHAMENTO DE NECESSIDADES DAS ORGANIZAÇÕES

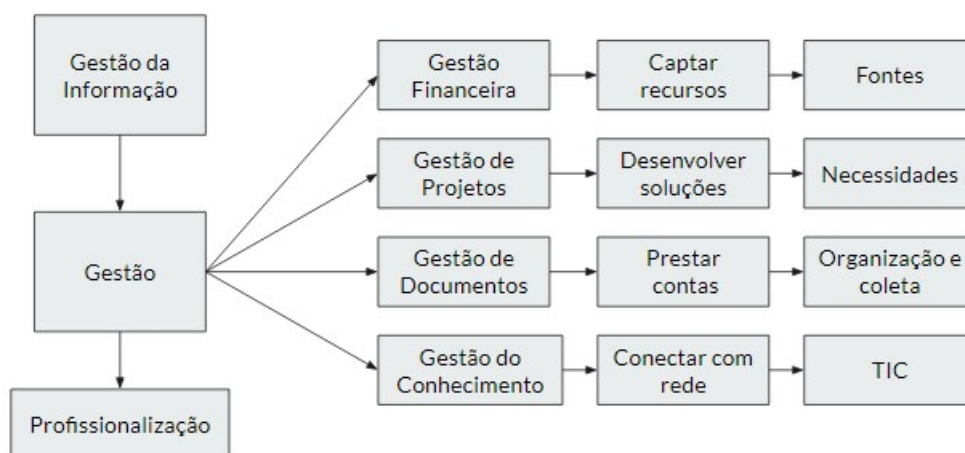
NECESSIDADES MACRO	ATIVIDADES OU PROCESSOS
Gestão	Elaborar plano de negócios, planejar, organizar, medir, mensurar, traçar planos de ação, desenvolver o PDCA
Gestão financeira	Demonstrativo de resultados e captação de recursos

Gestão de projetos	Desenvolver projetos e produtos com base na verdadeira necessidade da comunidade atendida
Gestão de documentos	Conhecimento prévio de editais, organização e coleta de documentos para prestação de contas
Gestão do conhecimento	Sistematizar conhecimento, tomar decisões e conexão entre negócios sociais

FONTE: A autora (2021).

Compreende-se que a gestão da informação não foi abordada como uma área ou um conjunto de atividades, mas como uma perspectiva, um conjunto de habilidades, competências e conhecimentos a partir dos quais é possível pensar a organização e suas necessidades, mantendo em vista seu objetivo de impacto social. Portanto, a gestão da informação é o ponto de partida pelo qual analisam-se as demandas (FIGURA 8).

FIGURA 8 - GESTÃO A PARTIR DA PERSPECTIVA DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO



FONTE: A autora (2021).

Entende-se que a partir da perspectiva de gestão da informação, foram citadas as necessidades de gestão organizacional, como o planejamento, organização, estabelecimento de indicadores, etc. Compreende-se que ao realizar melhorias na gestão o processo de profissionalização acontece de forma gradual. Ao segregar as áreas específicas, é possível conectar a gestão à uma atividade ou

processo e identificar um conhecimento em GI que possibilita o alcance de resultados na área.

Partindo da gestão financeira, foi citado o processo de captação de recursos. Para que as ações deste processo tragam o melhor resultado possível, buscar, identificar, relacionar e organizar fontes de informação sobre o tema podem impactar o resultado final da captação, e a consequente sustentabilidade da organização. Quanto à gestão de documentos, o processo de prestação de contas foi abordado e a necessidade de planejamento.

Quanto à gestão de projetos, o planejamento e desenvolvimento de produtos e serviços de informação que não apenas atendam as demandas, mas principalmente as necessidades da comunidade foram consideradas essenciais para que haja impacto na realidade do público-alvo e a criação de uma nova realidade. Por fim, a gestão do conhecimento é abordada tendo como finalidade não apenas a tomada de decisão no contexto interno da organização, mas também o uso de tecnologia para possibilitar a conexão da rede de empreendedorismo social.

Para visualizar as contribuições do profissional da informação de forma mais clara, como sugestão recebida durante a entrevista, é válido citar as capacidades do profissional da gestão da informação no contexto da graduação. Segundo o programa pedagógico da graduação na Universidade Federal do Paraná (UFPR, 2013, p. 30) o gestor da informação está preparado para:

1. Solucionar problemas de informação com flexibilidade e adaptabilidade;
2. Identificar, determinar, adaptar e aplicar mecanismos de melhoria nos processos relativos a gestão da informação
3. Planejar e elaborar estratégias de informação;
4. Avaliar, gerenciar e usar tecnologia de informação;
5. Propor e desenvolver metodologias para eficácia de processos e avaliação de produtos;
6. Planejar e desenvolver serviços e produtos de informação para negócios.

As referências teóricas de empreendedorismo social abordaram a geração de valor social. Entende-se que ao compreender as necessidades dos empreendimentos sociais, do gestor social, *stakeholders* ou clientes, o gestor da informação é capaz de resolver problemas de informação e gerar valor ao

administrar recursos informacionais, processos, metodologias e tecnologias. O quadro abaixo apresenta possíveis relações entre capacidades do gestor da informação e as necessidades do empreendedorismo social (QUADRO 10).

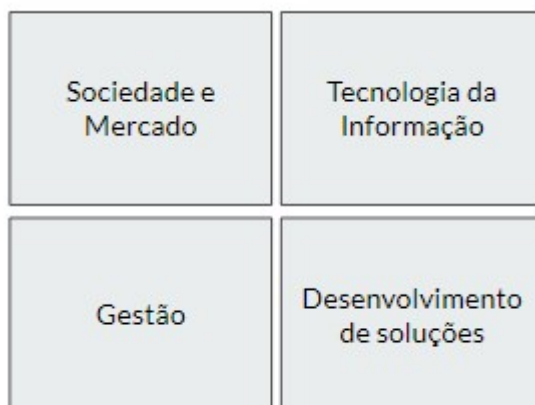
QUADRO 10 - CAPACIDADES DO GESTOR DA INFORMAÇÃO E NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS SOCIAIS

COMPETÊNCIA DO GESTOR DA INFORMAÇÃO	NECESSIDADE DO EMPREENDIMENTO SOCIAL
Solucionar problemas de informação com flexibilidade e adaptabilidade	Encontrar fontes de informação para captação de recursos
Identificar, determinar, adaptar e aplicar mecanismos de melhoria nos processos relativos a gestão da informação	Criar indicadores de desempenho, planejar a coleta de documentos para prestação de contas
Planejar e elaborar estratégias de informação	Realizar toda a gestão do negócio e planejar a gestão estratégica do conhecimento
Avaliar, gerenciar e usar tecnologia de informação	Conectar empreendedores sociais, acesso às fontes de informação e informatização de processos em uma realidade de “equipe”
Propor e desenvolver metodologias para eficácia de processos e avaliação de produtos	Profissionalização
Planejar e desenvolver serviços e produtos de informação para negócios	Identificar e criar soluções que atendam as necessidades da comunidade

FONTE: A Autora (2021).

De maneira complementar, conforme sugestão durante a entrevista de relacionar as demandas às disciplinas, neste caso também da graduação, foram criadas 4 categorias que representam as demandas: conhecer o contexto social da organização, os conhecimentos sobre gestão, o desenvolvimento de novas soluções e tecnologia (FIGURA 9). A partir destas 4 categorias, é possível abordar os principais conhecimentos adquiridos pelo gestor da informação e a maneira como impactam o resultado da organização.

FIGURA 9 - CATEGORIAS DE CONHECIMENTOS



FONTE: A autora (2021).

Os empreendimentos sociais precisam compreender o ambiente no qual estão inseridos para que ao inovar, desenvolver soluções e agir em prol da criação de um novo equilíbrio, seus esforços sejam realmente efetivos. O gestor da informação aprende sobre a sociedade, economia e questões governamentais em disciplinas como Informação e Sociedade, Economia e Políticas de Informação, contribuindo com uma visão ampla a respeito do ambiente no qual está inserido, assim como a identificação de fontes de dados abertos e transparência governamental.

Devido a demanda de gestão, considera-se necessário partir primeiramente da estratégia. De acordo com McGee e Prusak (1994) a estratégia depende da informação. Ela auxilia as etapas de definição e execução da estratégia (MCGEE E PRUSAK, 1994). O gestor da informação entende aspectos de qualidade da informação usada como insumo para desenvolvimento da estratégia, para que seja pertinente ao mercado onde estiver inserida, assim como desenvolve conhecimentos a respeito de pesquisa, que pode ser aplicado em pesquisas de mercado. Vale abordar o papel da competência informacional para buscar fontes de informação em bases de dados abertos, entre outras, que possam contribuir e não representar um custo para as organizações sociais. Esta visão estratégica é desenvolvida ao estudar disciplinas como Gestão Organizacional e de Negócios, Projetos, Processos, TI e até mesmo Métricas de Informação.

No contexto das falas dos entrevistados, é possível perceber que em conjunto com a gestão do conhecimento ou necessidades de informação, o fluxo da

informação é abordado como uma perspectiva. O fluxo de informação pode ser definido como as informações que permeiam os processos, por isso o conhecimento de processos é de extrema relevância ao gestor da informação.

Mcgee e Prusak (1994), Davenport (1998), Choo (2003) e Beal (2008), abordam a gestão da informação como processo e apresentam etapas genéricas adaptáveis ao contexto da organização. Segundo Beal (2008, p. 33) “as atividades associadas a cada uma das etapas do fluxo de informação definem a qualidade da gestão da informação em uma organização.” O gestor da informação conhece estes modelos que servem como ponto de partida para analisar e melhorar ou até mesmo desenhar processos que atendam aos usuários internos e externos de acordo com seus objetivos. Identificar todos os passos de um processo informacional, fontes, pessoas que afetam cada passo e todos os possíveis problemas em cada atividade, de acordo com Davenport (1998, p. 173) “pode indicar o caminho para mudanças que realmente fazem diferença.”

Ainda dentro da categoria de gestão, neste caso a financeira, um processo abordado pelos entrevistados foi a captação de recursos e as fontes de informação úteis para este fim. Este exemplo demonstra claramente que se o processo for iniciado em fontes de informação de má qualidade o resultado pode não atender às expectativas. Se o gestor da organização tiver conhecimentos a respeito de Competência Informacional somados ao conhecimento de políticas específicas para este fim, e conseguir identificar as melhores fontes de informação, como os citados editais, seus prazos e exigências, ou até mesmo oportunidades de comercializar o produto ou serviço, é possível otimizar os resultados.

Partindo para outra categoria, nota-se a abordagem da necessidade de conhecer o público para desenvolver soluções que o atendam. Além da compreensão dos aspectos já citados como filosofia, economia e políticas, é possível identificar outras disciplinas relevantes para este processo. A partir de conhecimentos em Metodologia e Técnicas de Pesquisa, Estatística e Métodos Quantitativos de Análise, o gestor da informação pode realizar o levantamento de dados que correspondam ao seu problema e analisá-los com o objetivo de tomar decisões. A partir dos conhecimentos em Competência Informacional, Necessidades e Usos de Informação, Produtos e Serviços de Informação, Design e Ergonomia, por exemplo, o gestor da informação consegue desenvolver ações, processos, projetos, serviços e produtos que efetivamente atendam às necessidades do seu público.

Davenport e Prusak (1994) afirmam que a definição de produtos e serviços oferecidos é um dos fatores que compõem a estratégia da organização.

Por fim, não apenas a compreensão, mas principalmente a capacidade de avaliar, gerenciar e usar da Tecnologia da Informação (TI) são um diferencial do profissional da informação que pode aplicar a tecnologia a favor do empreendedorismo social. Na prática da graduação esta área é composta por aprendizados em Sistemas de Informação, Modelagem de Sistemas, Programação e Banco de Dados.

A Tecnologia da Informação pode ser considerada como uma ou o conjunto de soluções sistematizadas por meio do uso de métodos, recursos de informática, comunicação e multimídia para gerar, armazenar, veicular, processar e reproduzir dados para dar suporte à processos que convertem dados em informação (BEAL, 2008). Segundo McGee e Prusak (1994, p. 27) “a tecnologia da informação propicia novas alternativas para a elaboração de processos que criam e oferecem produtos e serviços.” Portanto, compreende-se que a tecnologia pode ser usada para otimizar a rotina do empreendedor social que age sozinho ou tem recursos pessoais reduzidos, até mesmo por meio de ferramentas gratuitas. A tecnologia também deve cumprir o papel de manter empreendedores conectados e possibilitar a gestão do conhecimento de forma *on-line*.

Ao analisar e planejar quais ferramentas podem ser aplicadas e qual o comportamento esperado do usuário do sistema, também é possível armazenar os dados e documentos em versão digital para a prestação de contas ágil, tomar decisões de forma mais rápida por meio de dashboards, e viabilizar a continuidade das atividades no contexto de isolamento social. Muitas das fontes de informação disponíveis hoje são encontradas, se não exclusivamente, também de forma *on-line*.

Portando, percebe-se que o gestor da informação é munido de conhecimentos que possibilitam não apenas o suporte ao empreendedorismo social, mas também sua atuação como um empreendedor. Com a informação como principal insumo, é possível realizar novas combinações; criar novos modelos; identificar oportunidades; constatar o comportamento e transferir recursos de áreas de baixa produtividade e rendimento para áreas de produtividade e rendimento mais elevadas, principalmente por meio da análise de indicadores de desempenho; usar recursos de forma inovadora e combiná-los para identificar mudanças e necessidades sociais, assim como atendê-las (SCHUMPETER, 1997; DRUCKER,

1998; SEELOS; MAIR, 2005; MAIR; MARTÍ, 2006). Vale lembrar que segundo Drucker (1998, p. 34) “o empreendimento é um comportamento e não um traço da personalidade”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

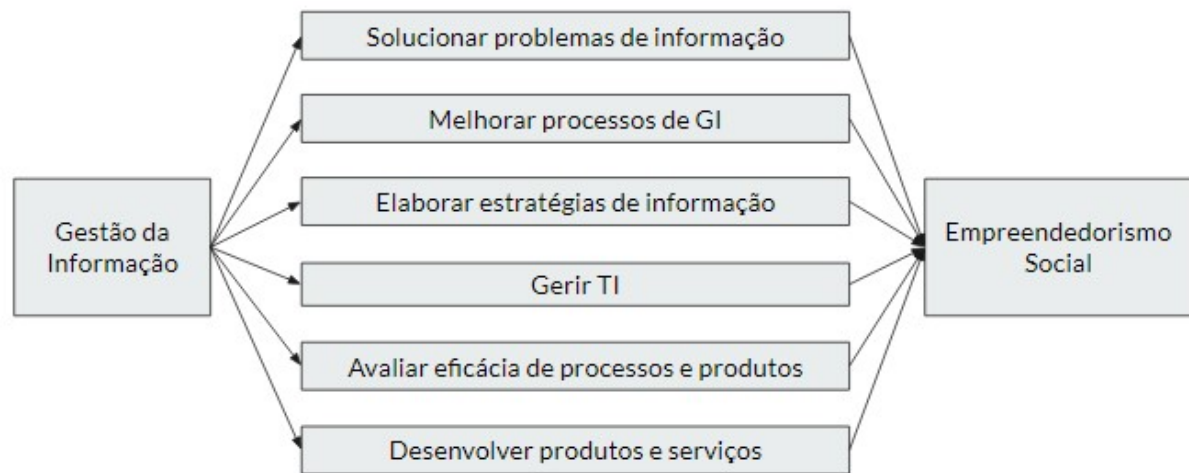
A pandemia do coronavírus trouxe à discussão problemas sociais brasileiros em um contexto de adaptação e desafios sociais diários. O ambiente interno das organizações neste período consequentemente enfrenta a realidade da adaptação para manter seus resultados e atender seus clientes internos e externos.

Neste quadro, a gestão da informação assume um papel crucial, devido à necessidade de adaptação de processos, comunicação *on-line* e o fluxo que permeia as relações e a execução de tarefas. Inserido neste ambiente e atuando em organizações que visam a criação de valor social está o empreendedor social enfrentando seus desafios diários.

Segundo os resultados desta pesquisa, os desafios dos empreendimentos sociais incluem a gestão organizacional, gestão financeira, gestão de documentos e gestão do conhecimento. Também foram elencados processos específicos como a captação de recursos, desenvolvimento de produtos e serviços baseados nas necessidades da comunidade, a organização de documentos visando a prestação de contas e o uso das tecnologias de informação e comunicação para conexão com a rede empreendedora social para fortalecimento mútuo.

Ao identificar as necessidades, considerou-se necessário relacionar as capacidades do gestor da informação com o objetivo de entender de que forma é possível auxiliar na resolução dos problemas dos empreendimentos sociais. As capacidades elencadas, conforme o programa pedagógico da graduação em Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná são principalmente: solucionar problemas de informação; realizar melhorias em processos de gestão da informação; planejar e elaborar estratégias de informação; avaliar, gerenciar e usar tecnologia de informação; propor metodologias para eficácia de processos e avaliação de produtos e o desenvolvimento de produtos e serviços de informação (FIGURA 10).

FIGURA 10 - CAPACIDADES DO GESTOR DA INFORMAÇÃO



FONTE: A autora (2021).

Tendo em vista a relevância das organizações com foco social e as necessidades em gestão da informação no contexto atual, buscou-se responder “quais são as possíveis contribuições da Gestão da Informação para o empreendedorismo social?”. Entende-se que o problema de pesquisa é respondido neste estudo ao elencar as necessidades dos empreendimentos sociais, especificar as capacidades do gestor da informação e estabelecer as possíveis relações de contribuição. Tendo em vista as necessidades específicas destas organizações, é possível inovar e maximizar o impacto gerado pelo empreendedorismo social.

Entende-se que este estudo contribui com a atribuição de responsabilidade ao gestor da informação ao posicioná-lo como um agente de transformação social ao administrar os recursos informacionais estrategicamente e dar suporte às organizações sociais visando resultados no desenvolvimento social.

5.1 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Sugere-se como trabalhos futuros realizar o levantamento quantitativo de gestores da informação inseridos no contexto de suporte e atuação em empreendimentos sociais e identificar sua perspectiva sobre a contribuição da gestão da informação para o empreendedorismo social. Além disso, identificar necessidades relacionadas à gestão da informação do empreendedorismo social ao coletar dados dos próprios gestores de organizações sociais e também analisar a

competência informacional de empreendimentos sociais quanto às fontes de informação.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BEAL, A. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2008.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **Agência Curitiba de Desenvolvimento e Inovação**. Disponível em: <<http://www.agenciacuritiba.com.br/programas/>>. Acesso em: 27 fev. 2021.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

DEES, J. G. Enterprising nonprofits. **Harvard Business Review**, jan./fev. 1998. Disponível em: <<https://hbr.org/1998/01/enterprising-nonprofits>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

DEES, J. G. O significado do “Empreendedorismo Social”. Disponível em: <<https://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>>. Acesso em: 07 mar. 2021.

DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de Cidades Empreendedoras 2016**. *E-book*. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6102/1/2016_ICE_Endavor.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2021.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de Cidades Empreendedoras 2017**. *E-book*. Disponível

em:<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6103/1/2017_ICE_Endeavor.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2021.

ENDEAVOR BRASIL. **Índice de Cidades Empreendedoras 2020**. *E-book*. Disponível em:<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6097/1/relatorio_ICE_2020.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). **Empreendedorismo no Brasil - 2019: Relatório Executivo**. [S.l.], 2019. Disponível em:<<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 27 fev. 2021.

INSTITUTO LEGADO. **ONG e negócio social**: entenda a diferença. Disponível em:<<https://institutolegado.org/blog/ong-e-negocio-social-entenda-a-diferenca/#:~:text=As%20organiza%C3%A7%C3%B5es%20da%20sociedade%20civil,function%C3%A1rios%2C%20vender%20produtos%20e%20servi%C3%A7os.>>. Acesso em: 28 mar. 2021

LASTRES, H. M. M., ALBAGLI, S. (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. *E-book*. Disponível em:<https://www.academia.edu/35136372/INFORMA%C3%87%C3%83O_E_GLOBALIZA%C3%87%C3%83O_NA_ERA_DO_CONHECIMENTO>. Acesso em: 16 mar. 2021.

MAIR, J.; MARTÍ, I. Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. **Journal of World Business**, n. 41, p. 36-44, 2006. Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/222436408_Social_Entrepreneurship_Research_A_Source_of_Explanation_Prediction_and_Delight>. Acesso em: 13 mar. 2021.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. **Stanford Social Innovation Review**, Stanford, não p., 2007. Disponível em:<https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition>. Acesso em: 14 mar. 2021.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. Dois fatores chave para o empreendedorismo social sustentável. **Harvard Business Review**, Watertown, não p., 2015. Disponível

em:<<https://hbrbr.com.br/doi-fatores-chave-para-o-empreendedorismo-social-sustentavel/>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

MCGEE, J. V.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. 12. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MIRANDA, R. C. da R. O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 3, p. 284-290, set./dez. 1999. Disponível

em:<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651999000300006&lang=pt>. Acesso em: 16 mar. 2021.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 9-18, 2004. Disponível em:<<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416>>. Acesso em: 06 mar. 2021.

PARENTE, C; QUINTÃO, C. Uma abordagem eclética ao empreendedorismo social. In: PARENTE, C (Org.). **Empreendedorismo social em Portugal**. Porto: Universidade de Porto, 2014. *E-book*. Disponível em:<<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/73385/2/88711.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2021.

SANTOS, A. dos (Org.). **Seleção do método de pesquisa**: guia para pós-graduandos em desing e áreas afins. Curitiba: Insight Editora, 2018. *E-book*. Disponível em:<https://www.researchgate.net/profile/Aguinaldo-Santos/publication/332767198_O_RG_A_N_I_Z_AC_AO_Selecao_do_Metodo_de_Pesquisa_GUIA_PARA_POS-GRADUANDOS_EM_DESIGN_E_AREAS_AFINS/links/5cc8ce56a6fdcc1d49bbf613/O-RG-A-N-I-Z-AC-AO-Selecao-do-Metodo-de-Pesquisa-GUIA-PARA-POS-GRADUANDOS-EM-DESIGN-E-AREAS-AFINS.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2021.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Série Os Economistas, São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **Entenda o que são OSCIPs e como elas funcionam**. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/oscip-organizacao-da-sociedade-civil-de-interesse-publico,554a15bfd0b17410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

SEELOS, C.; MAIR, J. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. **Business Horizons**, 48, p. 241-246, 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/4885197_Social_Entrepreneurship_Creating_New_Business_Models_to_Serve_the_Poor>. Acesso em: 13 mar. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). Projeto Pedagógico do curso de Gestão da Informação versão 2013. Disponível em: <http://www.sociaisaplicadas.ufpr.br/portal/decigi/wp-content/uploads/sites/5/2021/02/PPC_GI_final-Prograd_Completo.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2021.

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação**, v. 3, n. 4, 2002. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000001053/6a50751d6d811772f23ef7de3623bcd2>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

YUNUS, M. Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism. **Global Urban Development**, v. 4, n. 2, nov. 2008. Disponível em: <<https://www.globalurban.org/GUDMag08Vol4Iss2/Yunus.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DA ENTREVISTA

Perfil

1. Idade
2. Em qual cidade nasceu?
3. Qual é a sua formação?

Opinião

1. Qual é a sua definição de empreendedorismo social?
2. Comentando sobre sua história com empreendedorismo social e gestão da informação, em qual momento da sua carreira essas duas áreas se cruzaram?
3. Na sua visão quais problemas e demandas nos empreendimentos sociais a gestão da informação pode solucionar?
4. Qual é o papel do gestor da informação no ecossistema de empreendedorismo social de Curitiba?
5. Existe algum outro ponto ainda não citado que você gostaria de ressaltar nessa relação entre gestão da informação e empreendedorismo social?